

## ABSTRAKSI

### ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP MEREK PIONIR DAN MEREK PENGIKUT PADA PRODUK MINUMAN ISOTONIK

(Dibimbing oleh Drs. Hadi Oetomo, MM dan Sri Harjanti, SE, M.Si)

Pelopor dalam kategori minuman isotonik di Indonesia adalah merek Pocari Sweat, yang memasuki pasar Indonesia pada tahun 1990. Penjualan Pocari Sweat yang meningkat membuat banyak perusahaan tergiur dengan pasar minuman isotonik yang awalnya hanya dikuasai oleh Pocari Sweat. Selama dua sampai tiga tahun Pocari Sweat menjadi satu-satunya perusahaan yang mendominasi pasar minuman isotonik di Indonesia, kemudian tahun 2005 mulai masuk beberapa pesaing untuk merebut pasar konsumen minuman isotonik. Berdasarkan hasil survei di atas, maka dapat dilihat bahwa saat ini pasar minuman isotonik masih dipimpin oleh Pocari Sweat (53,4%) dan Mizone merupakan pesaing utamanya dengan segmen pasar sebesar 38,7%. Dengan adanya persaingan tersebut maka perlu diketahui sikap konsumen terhadap merek pionir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah konsumen mempunyai sikap yang lebih baik terhadap Pocari Sweat sebagai merek pionir dalam kategori produk Isotonik dibandingkan dengan Mizone sebagai merek pengganti, serta mengetahui perbedaan sikap antara konsumen yang mengetahui bahwa Pocari Sweat merupakan merek pionir dengan konsumen yang tidak mengetahuinya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengkonsumsi produk minuman isotonik Pocari Sweat dan Mizone. Teknik pengambilan sampel menggunakan yaitu Convenience Sampling atau sampel aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sikap konsumen terhadap produk Pocari Sweat dan Mizone. Teknik analisis yang digunakan adalah uji *Paired Sample t test* dan *Uji Independent Sample t Test*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konsumen mempunyai sikap yang lebih baik terhadap Pocari Sweat daripada terhadap Mizone. Hasil uji perbedaan sikap menemukan bahwa terdapat perbedaan sikap yang signifikan antara konsumen yang mengetahui bahwa Pocari Sweet merupakan merek pionir dengan konsumen yang tidak mengetahui bahwa Pocari Sweet merupakan merek pionir. Perbedaan tersebut terlihat bahwa sikap konsumen yang telah mengetahui Pocari Sweet sebagai merek Pionir memiliki sikap yang lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang tidak mengetahui bahwa Pocari Sweet sebagai merek Pionir

Kata Kunci : *merek pionir, merek pengikut, sikap terhadap status pionir, Pocari Sweat, Mizone.*

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP MEREK PIONIR DAN MEREK  
PENGIKUT PADA PRODUK MINUMAN ISOTONIK**

dan dimajukan untuk diuji pada hari Jum'at tanggal 25 November 2011, adalah hasil skripsi.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian atau simbol yang menunjukkan sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah pikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Yogyakarta, tanggal 20 bulan Desember tahun 2011  
Yang memberi pernyataan



Yuda Fitri Andrias

Saksi 1. Sebagai Pembimbing I

Drs. Hadi Oetomo, MM.

Saksi 2. Sebagai Pembimbing II

Sri Harjanti, SE, MSi.

Saksi 3. Sebagai Penguji I

DR. Yuni Istanto, M.Si.

Saksi 4. Sebagai Penguji II

Titik Kusmantini, SE., M.Si.